

PATENT OFFICE
JAPANESE GOVERNMENT



This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office.

Date of Application: April 28, 2000

Application Number: Patent Application
No. 2000-129207

Applicant(s): FUJITSU LIMITED

September 29, 2000

Commissioner,
Patent Office Kozo Oikawa

Certificate No. 2000-3079684

日 本 国 特 許 庁

PATENT OFFICE
JAPANESE GOVERNMENT



別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office.

出 願 年 月 日
Date of Application:

2000年 4月28日

出 願 番 号
Application Number:

特願2000-129207

出 願 人
Applicant(s):

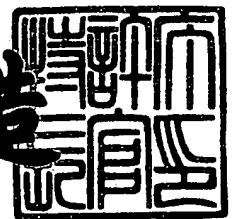
富士通株式会社

CERTIFIED COPY OF
PRIORITY DOCUMENT

2000年 9月29日

特許庁長官
Commissioner,
Patent Office

及 川 耕 造



出証番号 出証特2000-3079684

【書類名】 特許願

【整理番号】 0050867

【提出日】 平成12年 4月28日

【あて先】 特許庁長官殿

【国際特許分類】 H04L 12/16

【発明の名称】 ダイレクトメールに基づいて販売促進を制御するシステム、サーバ、処理装置、方法、及びコンピュータ読出し可能記録媒体

【請求項の数】 20

【発明者】

 【住所又は居所】 神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号 富士通株式会社内

 【氏名】 何 君才

【特許出願人】

 【識別番号】 000005223

 【氏名又は名称】 富士通株式会社

【代理人】

 【識別番号】 100074099

 【住所又は居所】 東京都千代田区二番町8番地20 二番町ビル3F

 【弁理士】

 【氏名又は名称】 大菅 義之

 【電話番号】 03-3238-0031

【選任した代理人】

 【識別番号】 100067987

 【住所又は居所】 神奈川県横浜市鶴見区北寺尾7-25-28-503

 【弁理士】

 【氏名又は名称】 久木元 彰

 【電話番号】 045-573-3683

【手数料の表示】

【予納台帳番号】 012542

【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

【物件名】 明細書 1

【物件名】 図面 1

【物件名】 要約書 1

【包括委任状番号】 9705047

【プルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 ダイレクトメールに基づいて販売促進を制御するシステム、サーバ、処理装置、方法、及びコンピュータ読出し可能記録媒体

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 インターネット技術に基づくオンラインのコミュニケーション手段を用いて発行されるダイレクトメールに基づく販売促進制御システムであって、

前記発行されたダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定する閲覧判定装置と、

その判定結果に基づいて、該ダイレクトメールが対象とする商品に対する販売促進業務を制御する販売促進制御装置と、

を含むことを特徴とするダイレクトメールに基づく販売促進制御システム。

【請求項 2】 請求項 1 に記載のシステムであって、

前記販売促進制御装置は、販売時点情報管理システム又はオンラインショッピングシステムにおけるサーバ装置であって、前記閲覧判定装置の判定結果に基づいて、前記ダイレクトメールが対象とする顧客による前記販売時点情報管理システム又はオンラインショッピングシステム上での商品の購買行為に対して設定する特典の付与状態を制御する、

ことを特徴とするダイレクトメールに基づく販売促進制御システム。

【請求項 3】 請求項 1 に記載のシステムであって、

前記販売促進制御装置は、販売時点情報管理システム又はオンラインショッピングシステムにおけるサーバ装置であって、前記閲覧判定装置の判定結果と、前記販売時点情報管理システム又はオンラインショッピングシステム上での商品の取引履歴とに基づいて、前記ダイレクトメールの発行効果を分析する、

ことを特徴とするダイレクトメールに基づく販売促進制御システム。

【請求項 4】 請求項 1 に記載のシステムであって、

前記販売促進制御装置は、前記閲覧判定装置の判定結果に基づいて、前記ダイレクトメールの発行状態を制御する、

ことを特徴とするダイレクトメールに基づく販売促進制御システム。

【請求項 5】 請求項 1 に記載のシステムであって、

前記ダイレクトメールは、開封確認メッセージ要求オプションが付与された電子メールによって発行され、

前記閲覧判定装置は、前記電子メールの受信元から返送される開封確認メッセージに基づいて、前記発行されたダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定する、

ことを特徴とするダイレクトメールに基づく販売促進制御システム。

【請求項 6】 請求項 1 に記載のシステムであって、

前記ダイレクトメールは、販売促進用ホームページを使って発行され、

前記閲覧判定装置は、前記販売促進用ホームページを閲覧した顧客による該販売促進用ホームページが提供するフォームの返送結果に基づいて、前記発行されたダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定する、

ことを特徴とするダイレクトメールに基づく販売促進制御システム。

【請求項 7】 インターネット技術に基づくオンラインのコミュニケーション手段を用いて発行されるダイレクトメールを制御するサーバであって、

販売促進に関連する情報が記載されたダイレクトメールを送信した顧客を記録する第一の記憶手段と、

ダイレクトメールを送信した顧客がダイレクトメールを閲覧したか否かを示す情報を記録する第二の記憶手段と、

商品に関する情報を記憶する第三の記憶手段と、

を含み、

前記第三の記憶手段には、ダイレクトメールによる販売促進対象であることを示す情報が商品に対応付けて記憶される、

ことを特徴するサーバ。

【請求項 8】 インターネット技術に基づくオンラインのコミュニケーション手段を用いて発行されるダイレクトメールを制御するサーバであって、

販売促進に関連する情報が記載されたダイレクトメールを送信した顧客を記録する第一の記憶手段と、

顧客に関する情報を記憶する第二の記憶手段と、

を含み、

前記第二の記憶手段には、顧客が前記ダイレクトメールを閲覧したか否かを示す情報が、各顧客に対応付けて記憶される、

ことを特徴するサーバ。

【請求項 9】 インターネット技術に基づくオンラインのコミュニケーション手段を用いて発行されるダイレクトメールに基づいてサービス进行处理する処理装置であって、

販売促進に関連する情報が記載されたダイレクトメールを送信した顧客を記録する第一の記憶手段と、

ダイレクトメールを送信した顧客がダイレクトメールを閲覧したか否かを示す情報を記録する第二の記憶手段と、

来店した顧客を識別する識別手段と、

該識別手段により顧客が識別された際に、前記第一の記憶手段を参照して当該顧客に対してダイレクトメールが送信されたか否かを判別するとともに、前記第二の記憶手段を参照して該顧客がダイレクトメールを閲覧したか否かを判別する判別手段と、

該判別手段による判別結果に基づいて、該顧客に対してダイレクトメールが送信されていない場合と、該顧客が受信したダイレクトメールを閲覧していない場合と、該顧客が受信したダイレクトメールを閲覧した場合とで、それぞれ内容が異なるサービスを提供する処理を行う処理手段と、

を含むことを特徴とする処理装置。

【請求項 10】 インターネット技術に基づくオンラインのコミュニケーション手段を用いて発行されるダイレクトメールに基づいてサービス进行处理する処理装置であって、

顧客に対して送信されたダイレクトメールに関する情報を記憶する第一の記憶手段と、

販売促進対象であることを示す情報を、商品情報に対応付けて記憶する第二の記憶手段と、

顧客との取引の精算処理を行う精算手段と、

を含み、

前記精算手段は、精算時に前記第一の記憶手段を参照して該顧客に対するダイレクトメールの送信状況を判別するとともに、前記第二の記憶手段を参照して該顧客が販売促進対象の商品を購入したか否かを判別し、これらの判別の結果に基づいて該顧客に対してサービスを提供する処理を実行する、

ことを特徴とする処理装置。

【請求項 1 1】 インターネット技術に基づくオンラインのコミュニケーション手段を用いて発行されるダイレクトメールに基づく販売促進制御方法であって、

前記発行されたダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定し、

その判定結果に基づいて、該ダイレクトメールが対象とする商品に対する販売促進業務を制御する、

過程を含むことを特徴とするダイレクトメールに基づく販売促進制御方法。

【請求項 1 2】 インターネット技術に基づくオンラインのコミュニケーション手段を用いて発行されるダイレクトメールに基づく販売促進制御方法であって、

前記発行されたダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定し、

その判定結果に基づいて、前記ダイレクトメールが対象とする顧客による販売時点情報管理システム又はオンラインショッピングシステム上での商品の購買行為に対して設定する特典の付与状態を制御する、

過程を含むことを特徴とするダイレクトメールに基づく販売促進制御装置。

【請求項 1 3】 インターネット技術に基づくオンラインのコミュニケーション手段を用いて発行されるダイレクトメールに基づく販売促進制御方法であって、

前記発行されたダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定し、

その判定結果と、販売時点情報管理システム又はオンラインショッピングシステム上での商品の取引履歴とに基づいて、前記ダイレクトメールの発行効果を分析する、

過程を含むことを特徴とするダイレクトメールに基づく販売促進制御方法。

【請求項 1 4】 インターネット技術に基づくオンラインのコミュニケーション手段を用いて発行されるダイレクトメールに基づく販売促進制御方法であって、

前記発行されたダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定し、
その判定結果に基づいて、前記ダイレクトメールの発行状態を制御する、
過程を含むことを特徴とするダイレクトメールに基づく販売促進制御方法。

【請求項 1 5】 請求項 1 1 乃至 1 4 の何れか 1 項に記載の装置であって、
前記ダイレクトメールを、開封確認メッセージ要求オプションが付与された電子メールによって発行し、

前記電子メールの受信元から返送される開封確認メッセージに基づいて、前記発行されたダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定する、
過程を含むことを特徴とするダイレクトメールに基づく販売促進制御方法。

【請求項 1 6】 請求項 1 1 乃至 1 4 の何れか 1 項に記載の装置であって、
前記ダイレクトメールを、販売促進用ホームページを使って発行し、
該販売促進用ホームページを閲覧した顧客による該販売促進用ホームページが提供するフォームの返送結果に基づいて、前記発行されたダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定する、

過程を含むことを特徴とするダイレクトメールに基づく販売促進制御方法。

【請求項 1 7】 コンピュータにより使用されたときにそれによって読み出されるプログラムを記録した記録媒体であって、

インターネット技術に基づくオンラインのコミュニケーション手段を用いて発行されたダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定する機能と、

その判定結果に基づいて、該ダイレクトメールが対象とする商品に対する販売促進業務を制御する機能と、

を前記コンピュータに行わせるためのプログラムを記録したコンピュータ読み出し可能記録媒体。

【請求項 1 8】 コンピュータにより使用されたときにそれによって読み出されるプログラムを記録した記録媒体であって、

インターネット技術に基づくオンラインのコミュニケーション手段を用いて発

行されたダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定する機能と、

その判定結果に基づいて、前記ダイレクトメールが対象とする顧客による販売時点情報管理システム又はオンラインショッピングシステム上での商品の購買行為に対して設定する特典の付与状態を制御する機能と、

を前記コンピュータに行わせるためのプログラムを記録したコンピュータ読出し可能記録媒体。

【請求項 19】 コンピュータにより使用されたときにそれによって読み出されるプログラムを記録した記録媒体であって、

インターネット技術に基づくオンラインのコミュニケーション手段を用いて発行されたダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定する機能と、

その判定結果と、販売時点情報管理システム又はオンラインショッピングシステム上での商品の取引履歴とに基づいて、前記ダイレクトメールの発行効果を分析する機能と、

を前記コンピュータに行わせるためのプログラムを記録したコンピュータ読出し可能記録媒体。

【請求項 20】 コンピュータにより使用されたときにそれによって読み出されるプログラムを記録した記録媒体であって、

インターネット技術に基づくオンラインのコミュニケーション手段を用いて発行されたダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定する機能と、

その判定結果に基づいて、前記ダイレクトメールの発行状態を制御する機能と

を前記コンピュータに行わせるためのプログラムを記録したコンピュータ読出し可能記録媒体。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】

本発明は、POS (Point Of Sales) システム (販売時点情報管理システム) 又はオンラインショッピングシステム等においてダイレクトメールを用いたセールスプロモーション技術に関する。

【 0 0 0 2 】

【従来の技術】

従来のPOSシステムやオンラインショッピングシステムでは、販売促進（セールスプロモーション）のために、ダイレクトメール（以下、DMという）を発行して対象顧客に特典情報や催事情報を知らせている。

【 0 0 0 3 】

また近年では、インターネット技術とそれを用いた電子メールの急速な普及により、DMの種類が、紙媒体（葉書や封書）を用いたものから電子メールを用いたものに変化してきている。

【 0 0 0 4 】

【発明が解決しようとする課題】

しかし、従来のDM手法では、顧客がDMを見て来店したのか、DMを見ないで来店したのかを判別することが困難であったため、DMの効果を的確に分析することが困難であった。

【 0 0 0 5 】

このため、従来は、DMの発行に対して必要以上の予算を割り当てる必要がある等の問題が存在した。

本発明の課題は、顧客がDMを開封したかどうかを確実に把握可能とし、DMを開封した顧客に対してのみ特別な特典の付与を可能とし、対象時期に買上げがあつてかつDMを開封した顧客についてのみDMが回収されたと判断することを可能にする等により、十分な販売促進効果の発揮を実現することにある。

【 0 0 0 6 】

【課題を解決するための手段】

本発明は、インターネット技術に基づくオンラインのコミュニケーション手段を用いて発行されるダイレクトメールに基づく販売促進制御システムを前提とする。

【 0 0 0 7 】

閲覧判定装置（DM開封済情報管理部 3 0 2）は、発行されたダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定する。

販売促進制御装置（顧客マスタ管理部 3 0 3、オファー情報管理部 3 0 4、取引情報管理部 3 0 5）は、上記判定結果に基づいて、そのダイレクトメールが対象とする商品に対する販売促進業務を制御する。

【 0 0 0 8 】

この販売促進制御装置は、販売時点情報管理システム又はオンラインショッピングシステムにおけるサーバ装置（F S Pサーバ装置 1 0 4、P O Sサーバ装置 1 0 6）であって、閲覧判定装置の判定結果に基づいて、ダイレクトメールが対象とする顧客による販売時点情報管理システム又はオンラインショッピングシステム上での商品の購買行為に対して設定する特典の付与状態を制御する。

【 0 0 0 9 】

また、上記販売促進制御装置は、販売時点情報管理システム又はオンラインショッピングシステムにおけるサーバ装置であって、閲覧判定装置の判定結果と、販売時点情報管理システム又はオンラインショッピングシステム上での商品の取引履歴とに基づいて、ダイレクトメールの発行効果を分析する。

【 0 0 1 0 】

或いは、前記販売促進制御装置は、閲覧判定装置の判定結果に基づいて、ダイレクトメールの発行状態を制御する。

上述の構成において、ダイレクトメールは開封確認メッセージ要求オプションが付与された電子メールによって発行され、閲覧判定装置は電子メールの受信元から返送される開封確認メッセージに基づいて発行されたダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定する。

【 0 0 1 1 】

或いは、ダイレクトメールは販売促進用ホームページを使って発行され、閲覧判定装置は販売促進用ホームページを閲覧した顧客による販売促進用ホームページが提供するフォームの返送結果に基づいて発行されたダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定する。

【 0 0 1 2 】

なお、本発明は、ダイレクトメールの送受信状況、ならびに商品情報、顧客情報を記憶手段に記憶するサーバとして、あるいは、記憶手段の記憶内容に基づ

いてサービスを提供する処理を行う処理手段として実現することもできる。

【 0 0 1 3 】

更に、本発明は、上述のシステムが提供する機能と同様の機能を提供とする方法発明として実現することもできる。

また、本発明は、コンピュータにより使用されたときに、上述の本発明の構成によって実現される機能と同様の機能をコンピュータに行わせるためのコンピュータ読出し可能記録媒体として構成することもできる。

【 0 0 1 4 】

【発明の実施の形態】

以下、図面を参照しながら、本発明の実施の形態について詳細に説明する。

図 1 は、本発明の実施の形態のシステム構成図である。

【 0 0 1 5 】

本発明の実施の形態は、本部センター 1 0 1 と複数の店舗 1 0 2 とが、I S D N（サービス統合デジタル網）回線又は専用線等によって構成されるネットワーク 1 0 3 を介して接続される P O S システムとして実現されている。

【 0 0 1 6 】

本部センター 1 0 1 内には、F S P サーバ装置 1 0 4 と D M メールサーバ装置 1 0 5 が設置される。

F S P サーバ装置 1 0 4 は、P O S システム上での販売促進業務の全体を制御するサーバコンピュータである。

【 0 0 1 7 】

D M メールサーバ装置 1 0 5 は、F S P サーバ装置 1 0 4 からの指示に基づいて、顧客に対する D M の電子メールの送受信を制御するサーバコンピュータである。

【 0 0 1 8 】

各店舗 1 0 2 内には、P O S サーバ装置 1 0 6、P O S レジスタ端末装置 1 0 7、及びワークステーション端末装置 1 0 8 が設置される。

P O S サーバ装置 1 0 6 は、ネットワーク 1 0 3 を介して本部センター 1 0 1 内の F S P サーバ装置 1 0 4 と通信しながら、自店舗 1 0 2 内における販売時点

情報の全体を制御するサーバコンピュータである。

【 0 0 1 9 】

P O S レジスタ端末装置 1 0 7 は、キャッシュレジスタを内蔵しており、P O S サーバ装置 1 0 6 と通信しながら、商品売上の入力と、レシートの出力等を実行する端末装置である。

【 0 0 2 0 】

ワークステーション端末装置 1 0 8 は、ネットワーク 1 0 3 を介して本部センター 1 0 1 内の F S P サーバ装置 1 0 4 と通信しながら、売上集計の照会等の各種販売時点情報の照会等の操作を実行する端末装置である。

【 0 0 2 1 】

図 2 は、本発明の実施の形態の動作原理の説明図である。

まず、図 1 の F S P サーバ装置 1 0 4 は、商品の販売促進のための特典や催事の設定を行う機能を有している（図 2 の 2 0 1 ）。

【 0 0 2 2 】

F S P サーバ装置 1 0 4 は、上記機能の一部として、各登録顧客への DM の送付情報を設定する機能を有し（図 2 の 2 0 2 ）、この送付情報に基づいて DM メールサーバ装置 1 0 5 （図 1 参照）に対して電子メールによる DM の送信を指示する（図 2 の 2 0 3 ）。

【 0 0 2 3 】

DM メールサーバ装置 1 0 5 は、この指示を受けて、各登録顧客へ電子メールによる DM を送信する（図 2 の 2 0 4 ）。このとき、送信される DM には、開封確認メッセージ要求オプションが付与される。

【 0 0 2 4 】

この結果、各顧客がこの DM を受信して開封した場合、受信元のメールサーバ装置から DM メールサーバ装置 1 0 5 へは、DM が開封された旨が表示された開封確認メッセージが電子メールによって通知される（図 2 の 2 0 5 ）。

【 0 0 2 5 】

DM メールサーバ装置 1 0 5 は、このメッセージを受信すると、F S P サーバ装置 1 0 4 に、開封確認メッセージの受信を通知する。この結果、F S P サーバ

装置 1 0 4 は、開封通知更新処理を実行し（図 2 の 2 0 6）、開封確認メッセージを受信した顧客毎に、DM開封済情報を保持する（図 2 の 2 0 7）。

【 0 0 2 6 】

以上のようにして、本部センター 1 0 1 内の F S P サーバ装置 1 0 4 は、DMを発行する毎に、そのDMが各顧客によって閲覧されたか否かを把握することができ、これによりそのDMが対象とする商品に対するきめの細かい販売促進対策を実行することが可能となる。

【 0 0 2 7 】

具体的には、F S P サーバ装置 1 0 4 は、各店舗での商品の販売促進のための特典や催事の設定として、DMを閲覧した顧客に対してのみ、特別な特典を設定する（図 2 の 2 0 8）。

【 0 0 2 8 】

そして、店舗 1 0 2（図 1 参照）内の P O S レジスタ端末装置 1 0 7 において商品売上が発生し、P O S サーバ装置 1 0 6 において P O S 売上登録処理が実行されるときに、P O S レジスタ端末装置 1 0 7 から入力される顧客番号をキーとして、P O S レジスタ端末装置 1 0 7 から P O S サーバ装置 1 0 6 及びネットワーク 1 0 3（図 1 参照）を経由して、F S P サーバ装置 1 0 4 内に蓄積されているDM開封済情報が参照される（図 2 の 2 0 9）。このとき、例えば入力された顧客番号に対応する顧客がDMを閲覧済みであるならば、F S P サーバ装置 1 0 4 内に蓄積されている特典設定情報（図 2 の 2 0 8）が更に参照されることにより、特別な値引き（割引き）が行われ、あるいは特別な販売促進ポイントが加算される。このようにして、DMの発行により顧客に来店させるための効果的なモチベーションを与えることが可能となる。

【 0 0 2 9 】

一方、F S P サーバ装置 1 0 4 は、P O S サーバ装置 1 0 6 による P O S 売上登録処理によって蓄積された取引情報（図の 2 1 0）と、DM開封済情報（図 2 の 2 0 7）とに基づいて、DM評価処理（図 2 の 2 1 1）を実行してDM評価表を算出することによって（図 2 の 2 1 2）、DMの効果を的確に分析することが可能となり、必要コストを最小にして最大の効果を発揮できるDMの発行処理を

行うことが可能となる。

【 0 0 3 0 】

図 3 は、図 1 に示されるシステム構成のうち、本発明に特に関連する本部センター 1 0 1 内の F S P サーバ装置 1 0 4 と、店舗 1 0 2 内の P O S サーバ装置 1 0 6 の機能構成図である。

【 0 0 3 1 】

F S P サーバ装置 1 0 4 は、DM対象者送信情報管理部 3 0 1、DM開封済情報管理部 3 0 2、顧客マスタ管理部 3 0 3、及びオファー情報管理部 3 0 4 を含む。

【 0 0 3 2 】

DM対象者送信情報管理部 3 0 1 は、各DM対象者へのDMの送付情報（図 2 の 2 0 2 参照）であるDM対象者送信情報の登録、参照、更新、削除、DM発送指示等を管理する。DM対象者送信情報は、顧客マスタ管理部 3 0 3 が管理する顧客マスタを参照して得られる各DM対象者の氏名及び電子メールアドレスと、DMの内容である催事情報とから構成される。DM対象者送信情報管理部 3 0 1 は、これらのDM対象者送信情報に基づいて、DMメールサーバ装置 1 0 5 に対して、電子メールによるDMの送信を指示する（図 2 の 2 0 3 参照）。

【 0 0 3 3 】

DM開封済情報管理部 3 0 2 は、DMメールサーバ装置 1 0 5 から通知された開封確認メッセージの受信通知に基づいて、前述した開封通知更新処理（図 2 の 2 0 6 参照）を実行し、開封確認メッセージを受信した顧客毎にDM開封済情報（図 2 の 2 0 7 参照）として開封確認メッセージに含まれている顧客の電子メールアドレスを保持する。また、DM開封済情報管理部 3 0 2 は、店舗 1 0 2 内の P O S サーバ装置 1 0 6 （図 1 参照）からの照会に対して、DM開封済情報を応答する（図 2 の 2 0 9 参照）。

【 0 0 3 4 】

顧客マスタ管理部 3 0 3 は、顧客情報データベースである顧客マスタの登録、参照、更新、削除等を管理する。顧客マスタは、顧客が保持するカード（クレジットカード、ポイントカード、店舗カード等）の種別と番号、氏名、住所、電話

番号、ランク区分（一定の基準に従って顧客をランク分類したもの）、電子メールアドレス、DM発送対象有無区分（DM発送対象者であるか否かを指定するための区分）、DM閲覧有無区分（DM開封済情報に基づいてDMが閲覧されたか否かを示すための区分）、及びポイント残高（顧客が買い物をする毎に蓄積される販売促進用のポイント）等から構成される。この顧客マスタは、顧客の購買分析処理や、販売促進用ポイントの管理、DMや各種お知らせ通知の発送処理等のために使用される。

【 0 0 3 5 】

オファー情報管理部 3 0 4 は、顧客区分毎の商品の販売促進のための特典や催事の情報であるオファー情報の登録、参照、更新、削除を管理すると共に、店舗 1 0 2 内の P O S サーバ装置 1 0 6（図 1 参照）からの照会に対して、該当するオファー情報を応答する（図 2 の 2 0 9 参照）。オファー情報は、プロモーション期間、対象者（顧客区分）、価格、値引率、割引率、商品コードの設定値、販売促進用ポイントの獲得基準の設定値、クーポン券等の発行基準、特典により還元される商品コードの設定値等から構成される。

【 0 0 3 6 】

次に、店舗 1 0 2 内の P O S サーバ装置 1 0 6（図 1 参照）は、取引情報管理部 3 0 5、特売情報管理部 3 0 6、及び商品情報管理部 3 0 7 を含む。

取引情報管理部 3 0 5 は、店舗 1 0 2（図 1 参照）内の P O S レジスタ端末装置 1 0 7 における商品売上に基づいて発生する取引情報を管理・保持する P O S 売上登録処理（図 2 の 2 0 9）を実行する。取引情報は、取引日、取引通番、商品コード、単価、数量、金額、支払金額、顧客番号、獲得ポイント等から構成される。取引情報管理部 3 0 5 は、上記 P O S 売上登録処理を実行するときに、P O S レジスタ端末装置 1 0 7 から入力された顧客番号をキーとして F S P サーバ装置 1 0 4 内の DM 開封済情報管理部 3 0 2 に問合せを行って顧客が DM を閲覧済みであるか否かを判定し、これと共に、P O S レジスタ端末装置 1 0 7 から入力された顧客番号及び商品コードをキーとして F S P サーバ装置 1 0 4 内の顧客マスタ管理部 3 0 3 及びオファー情報管理部 3 0 4 に問合せを行って DM 対象者であるか否かの情報と単価やポイント獲得基準等のオファー情報を取得し、同時

に特売情報管理部 3 0 6 が保持する特売情報を参照することにより、蓄積される取引情報の単価や獲得ポイントを決定し、また P O S レジスタ端末装置 1 0 7 へのレシート出力を指示する。

【 0 0 3 7 】

特売情報管理部 3 0 6 は、特売情報として、特売に関する有効日時、商品コード、販売単価等の登録、参照、更新、削除等を管理する。

商品情報管理部 3 0 7 は、P O S 管理に必要な商品情報として、商品コード、販売単価、仕入単価、マージン率、提供先コード、部門コード等を管理する。

【 0 0 3 8 】

図 4 は、本部センター 1 0 1 内の F S P サーバ装置 1 0 4 のユーザインタフェースの構成図である。

顧客情報入力機能 4 0 1 は、新規顧客に対応する顧客情報を、図 3 の顧客マスター管理部 3 0 3 が管理する顧客マスタに登録する機能であり、本部センター 1 0 1 内の特には図示しない端末装置が F S P サーバ装置 1 0 4 にアクセスする機能として実現される。

【 0 0 3 9 】

DM送信指示機能 4 0 2 は、図 3 のDM対象者送信情報管理部 3 0 1 の機能として実現され、DM対象者送信情報に基づいて、DMメールサーバ装置 1 0 5 に対して、電子メールによるDMの送信を指示する機能である。

【 0 0 4 0 】

DM閲覧済み通知受信機能 4 0 3 は、図 3 のDM開封済情報管理部 3 0 2 の機能として実現され、DMメールサーバ装置 1 0 5 から通知された開封確認メッセージの受信通知に基づいて、開封確認メッセージを受信した顧客毎にそのメッセージに含まれている顧客の電子メールアドレスを保持する。

【 0 0 4 1 】

オファー情報設定機能 4 0 4 は、図 3 のオファー情報管理部 3 0 4 の機能として実現され、顧客区分毎の商品の販売促進のための特典や催事の情報であるオファー情報を設定する機能である。

【 0 0 4 2 】

オファー情報応答機能 4 0 5 も、図 3 のオファー情報管理部 3 0 4 の機能として実現され、店舗 1 0 2 内の P O S サーバ装置 1 0 6（図 1 参照）からの照会に対して、該当するオファー情報を応答する機能である。

【 0 0 4 3 】

お買上げ情報収集機能 4 0 6 は、各店舗 1 0 2 内の P O S サーバ装置 1 0 6 から、同装置内の取引情報管理部 3 0 5 が管理する取引情報を収集する機能である。

【 0 0 4 4 】

獲得ポイントとポイントの買戻し機能 4 0 7 は、各店舗 1 0 2 内の P O S サーバ装置 1 0 6 から、同装置内の取引情報管理部 3 0 5 が管理する取引情報に含まれる獲得ポイントを収集し、図 3 の顧客マスタ管理部 3 0 3 が管理する顧客マスタ内の該当する顧客情報に含まれるポイント残高に反映させる機能である。

【 0 0 4 5 】

ヘルプデスク機能 4 0 8 は、顧客からの電話連絡等に基づいて、図 3 の顧客マスタ管理部 3 0 3 が管理する顧客マスタ内の該当する顧客情報を修正し、また、ポイント情報の補正や他のポイント情報へのトランスファを実行し、更に、顧客情報に対する照会を実行する機能である。

【 0 0 4 6 】

顧客購買分析機能 4 0 9 は、お買上げ情報収集機能 4 0 6 が収集した情報や、顧客マスタ管理部 3 0 3 が管理する顧客マスタ内の各顧客情報等に基づいて、顧客購買分析処理を実行する機能である。具体的には、同機能 4 0 9 は、購買状況の追跡、顧客カテゴリの集計、特定顧客に関する顧客情報の抽出、各種集計レポート処理等を実行する機能である。

【 0 0 4 7 】

図 5 は、店舗 1 0 2（図 1 参照）内の P O S レジスタ端末装置 1 0 7 において商品売上が発生することにより P O S サーバ装置 1 0 6 内の取引情報管理部 3 0 5 において実行される P O S 売上登録処理のうち、本発明に特に関連する処理を示す動作フローチャートである。

【 0 0 4 8 】

まず、POSサーバ装置106は、POSレジスタ端末装置107から顧客番号、商品コード、及び取引日を取得する（図5の501）。

次に、POSサーバ装置106は、取得した商品コードをキーとして取引情報管理部305が保持する特売情報を参照することによって、上記商品コードに対応する商品がプロモーション（特売）対象商品であるか否かを判定する（図5のステップ502）。

【0049】

POSサーバ装置106は、取得した商品コードに対応する商品がプロモーション対象商品ではないと判定した場合に、売価を通常価格に設定し、取引情報として蓄積すると共に、POSレジスタ端末装置107へのレシート出力を指示する（図5のステップ503）。

【0050】

一方、POSサーバ装置106は、取得した商品コードに対応する商品がプロモーション対象商品であると判定した場合には、取得した顧客番号をキーとしてFSPサーバ装置104内の顧客マスタ管理部303に問合せを行うことによって、顧客番号に対応する顧客がDM対象者であるか否かを判定する（図5のステップ508）。

【0051】

POSサーバ装置106は、上記顧客番号に対応する顧客がDM対象者ではないと判定した場合に、売価をプロモーション期間中の一般者用価格に設定し、取引情報として蓄積すると共に、POSレジスタ端末装置107へのレシート出力を指示する（図5のステップ508）。

【0052】

POSサーバ装置106は、顧客番号に対応する顧客がDM対象者であると判定した場合には、更に、取得した顧客番号をキーとしてFSPサーバ装置104内のDM開封済情報管理部302に問合せを行うことによって、上記顧客番号に対応する顧客がDMの閲覧者であるか否かを判定する（図5の505）。

【0053】

POSサーバ装置106は、上記顧客番号に対応する顧客がDMの閲覧者では

ないと判定した場合に、売価をDM発送済み顧客（閲覧なし）価格に設定し、取引情報として蓄積すると共に、POSレジスタ端末装置107へのレシート出力を指示する（図5のステップ507）。

【0054】

POSサーバ装置106は、上記顧客番号に対応する顧客がDMの閲覧者であると判定した場合に、売価をDM発送済み顧客（閲覧あり）価格に設定し、取引情報として蓄積すると共に、POSレジスタ端末装置107へのレシート出力を指示する（図5のステップ507）。

【0055】

図6は、本発明の実施の形態の動作説明図である。

今、顧客数は4名（Aさん、Bさん、Cさん、Dさん）で、

- ・ Aさん：DM未発送、プロモーション期間内に買上げあり
- ・ Bさん：DM発送済、DM閲覧なし、プロモーション期間内買上げあり
- ・ Cさん：DM発送済、DM閲覧あり、プロモーション期間内買上げあり
- ・ Dさん：DM発送済、プロモーション期間内買上げなし

であったと仮定する。

【0056】

この場合に、図6(a)に示されるように、プロモーション期間ではない通常価格＝¥100、プロモーション期間中のDMを発送していない一般者用価格＝¥98（Aさん）、DMを発送済みの顧客であってそのDMを閲覧していない者に対する価格＝¥95（Bさん）、DMを発送済みの顧客であってそのDMを閲覧している者に対する価格＝¥90（Cさん）というような顧客の差別化が図られているとする。

【0057】

図6(b)には、DM閲覧数をカウントする方式としない方式との比較結果が示されている。この図に示されるように、DM閲覧数をカウントする本発明の実施の形態では、カウントしない方式に比較して、DM閲覧人数、DM閲覧率（DM閲覧人数÷DM発送人数）、DM閲覧ありのうちのお買上顧客数等の情報を取得可能なことがわかる。またDM回収率については、DM閲覧数をカウントしない

方式では、（DM発送のうちのお買上顧客数÷DM発送人数）としてしか計測できないが、本発明の実施の形態ではより正確に、（DM閲覧ありのうちのお買上顧客数÷DM閲覧人数）として計測可能なことがわかる。

【0058】

以上のようにして、本発明の実施の形態によれば、DMの効果を的確に分析することが可能となり、必要コストを最小にして最大の効果を発揮できるDMの発行処理を行うことが可能となることがわかる。

【0059】

以上説明した本発明の実施の形態は、図1に示されるように、本部センター101と複数の店舗102とが、ISDN回線又は専用線等によって構成されるネットワーク103を介して接続されるPOSシステムとして実現されている例であるが、本発明はこれに限られるものではない。図1のPOSサーバ装置106がWWW（ワールドワイドウェブ）サーバ装置に置き換えられ、FSPサーバ装置104とWWWサーバ装置とがLAN（ローカルエリアネットワーク）又は専用線によって接続され、WWWサーバ装置がインターネットを介してオンラインショッピングモールを顧客に提供する形態等に対しても、本発明を同様に適用することが可能である。この場合に、WWWサーバ装置において注文が受け付けられるときに、WWWサーバ装置がFSPサーバ装置に問い合わせることにより、DMの発送・閲覧状態等に基づいて、商品価格（又は値引き額等）が決定され、或いは、特典付きの販売促進用ポイントが付与される。

【0060】

また、以上説明した実施の形態では、DMは開封確認メッセージ要求オプションが付与された電子メールによって発行され、そのDMが閲覧されたか否かは電子メールの受信元から返送される開封確認メッセージに基づいて判定されているが、本発明はこれに限られるものではない。DMが販売促進用ホームページを使って発行され、そのDMが閲覧されたか否かが販売促進用ホームページを閲覧した顧客による該販売促進用ホームページが提供するフォームの返送結果に基づいて判定されるような形態等に対しても、本発明を同様に適用することが可能である。

【 0 0 6 1 】

なお本発明は、コンピュータにより使用されたときに、上述の本発明の実施の形態の各構成によって実現される機能と同様の機能をコンピュータに行わせるためのコンピュータ読出し可能記録媒体として構成することもできる。この場合、例えばフロッピーディスク、CD-ROMディスク、光ディスク、リムーバブルハードディスク等の可搬型記録媒体や、ネットワーク回線経由で、本発明の実施の形態の各種機能を実現するプログラムが、FSPサーバ装置104又はPOSサーバ装置106の本体内のメモリ（RAM又はハードディスク等）にロードされて、実行される。

【 0 0 6 2 】

【発明の効果】

本発明によれば、顧客がダイレクトメールを開封したかどうかを確実に把握することが可能となる。

【 0 0 6 3 】

この結果、ダイレクトメールを開封した顧客に対してのみ特別な特典を付与することが可能となる。

また、対象時期に買上げがあつてかつダイレクトメールを開封した顧客についてのみダイレクトメールが回収されたと判断することを可能となる。

【 0 0 6 4 】

このようにして、本発明によれば、十分な販売促進効果の発揮を実現することが可能となり、ダイレクトメールが対象とする商品に対するきめの細かい販売促進対策を実行することが可能となる。

【 0 0 6 5 】

より具体的には、ダイレクトメールの発行により顧客に来店させるための効果的なモチベーションを与えることが可能となる。

また、本発明によれば、POS売上やオンラインショッピング売上によって蓄積された取引情報と、ダイレクトメールの開封済情報とに基づいて、ダイレクトメールの評価処理が実行されることにより、ダイレクトメールの効果を的確に分析することが可能となり、必要コストを最小にして最大の効果を発揮できるダイレ

クトメールの発行処理を行うことが可能となる。

【図面の簡単な説明】

【図 1】

本発明の実施の形態のシステム構成図である。

【図 2】

本発明の実施の形態の動作原理説明図である。

【図 3】

F S Pサーバ装置と P O Sサーバ装置の機能構成図である。

【図 4】

F S Pサーバ装置のユーザインタフェースの構成図である。

【図 5】

P O S売上登録処理の動作フローチャートである。

【図 6】

本発明の実施の形態の動作説明図である。

【符号の説明】

1 0 1	本部センター
1 0 2	店舗
1 0 3	ネットワーク
1 0 4	F S Pサーバ装置
1 0 5	DMメールサーバ装置
1 0 6	P O Sサーバ装置
1 0 7	P O Sレジスタ端末装置
1 0 8	ワークステーション端末装置
3 0 1	DM対象者送信情報管理部
3 0 2	DM開封済情報管理部
3 0 3	顧客マスタ管理部
3 0 4	オファー情報管理部
3 0 5	取引情報管理部
3 0 6	特売情報管理部

特 2 0 0 0 - 1 2 9 2 0 7

3 0 7

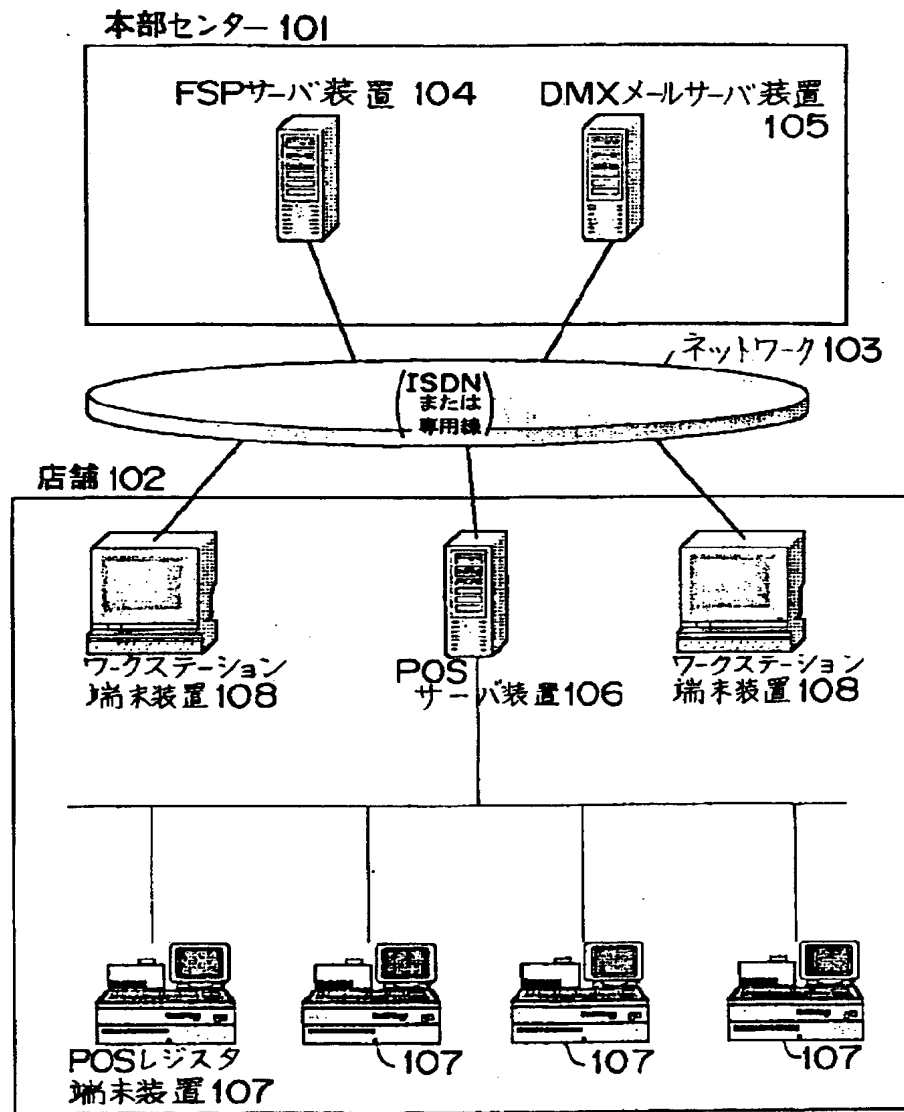
商品情報管理部

【書類名】

図面

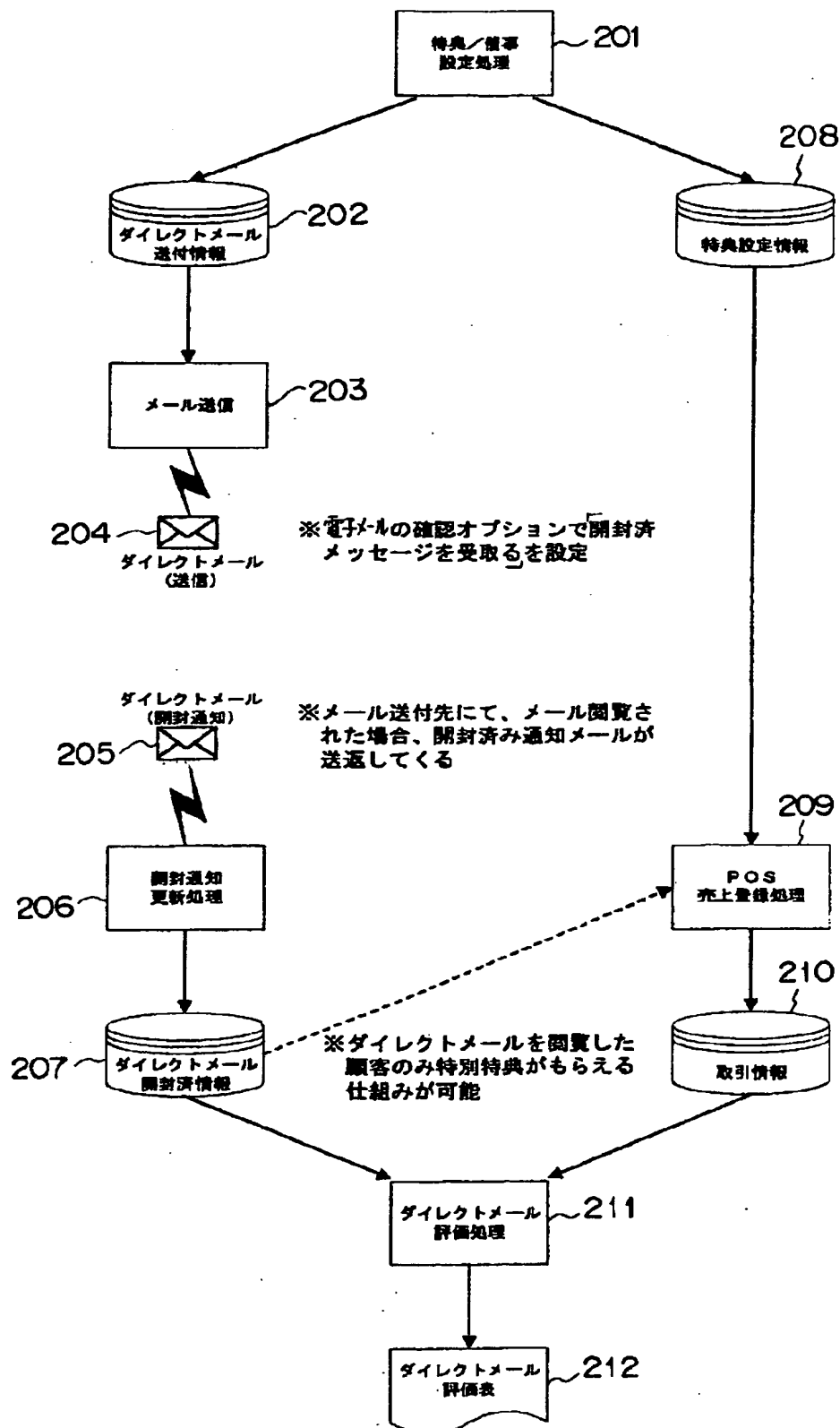
【図 1】

本発明の実施の形態のシステム構成図



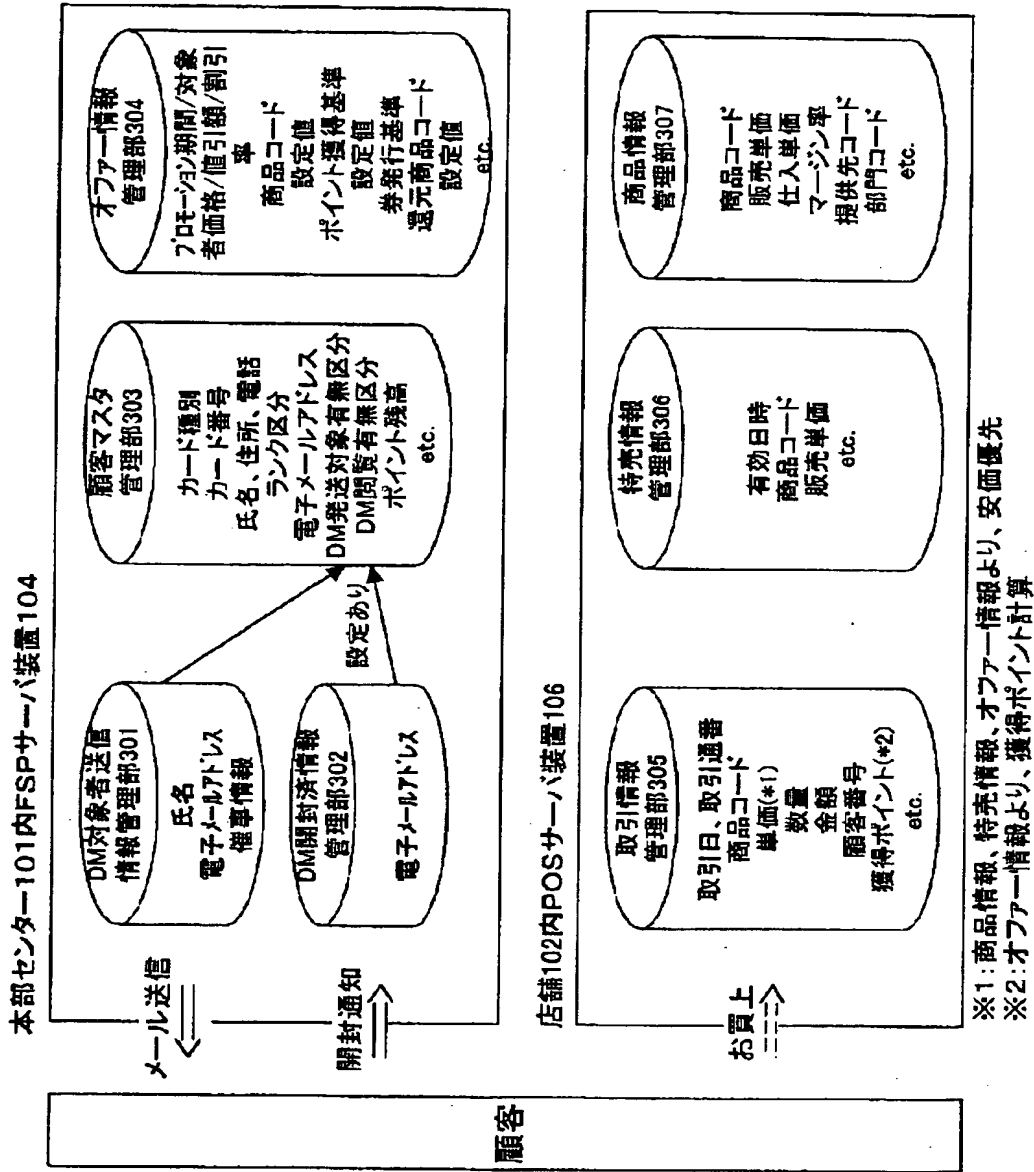
【図 2】

本発明の実施の形態の動作原理説明図



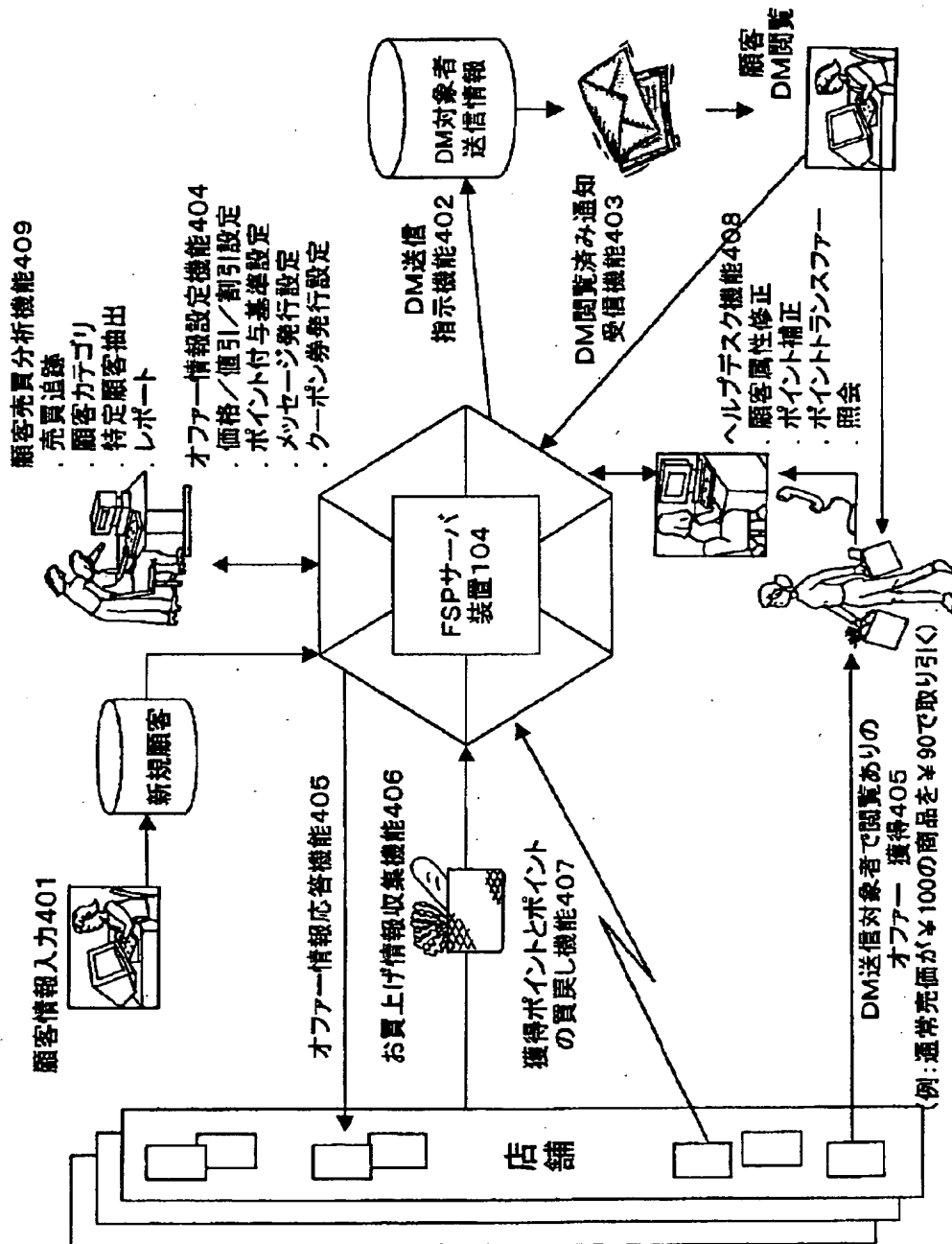
【図3】

FSPサーバ装置とPOSサーバ装置の機能構成図



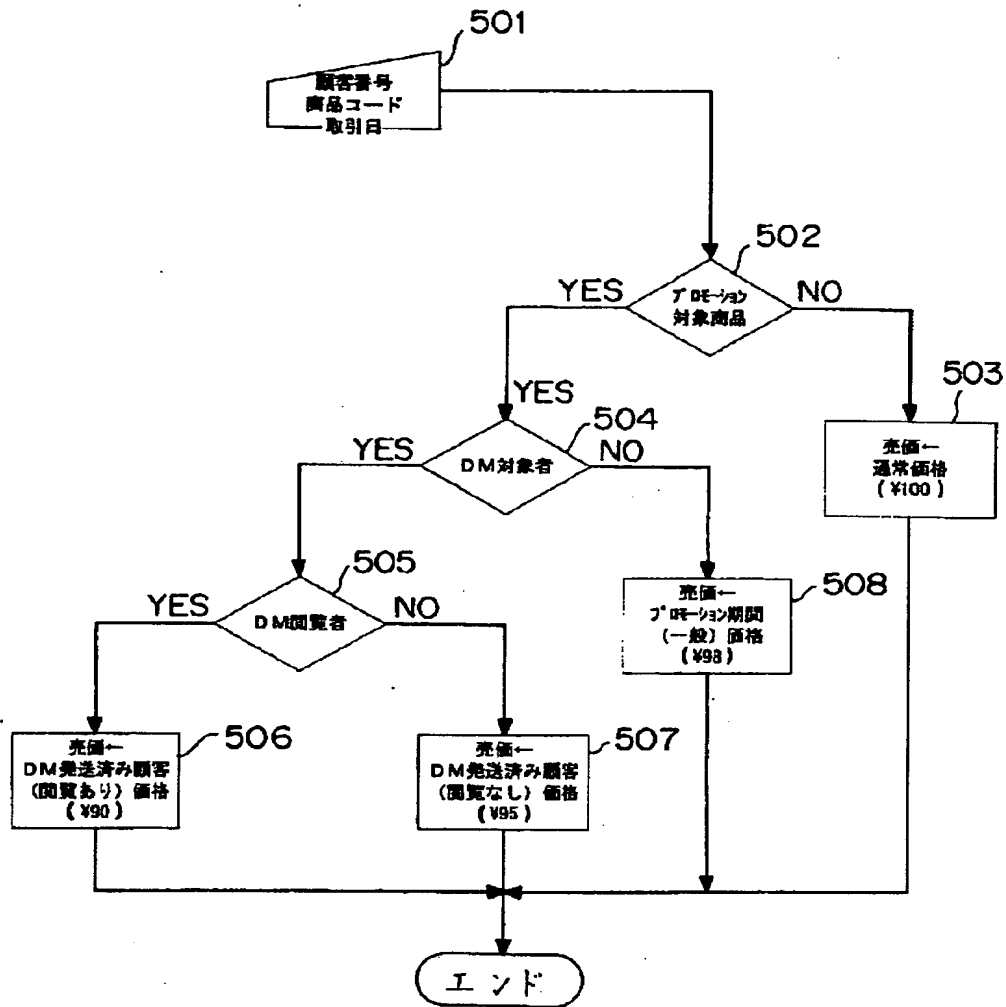
【図4】

FSサーバ装置のユーザインタフェースの構成図



【図5】

POS売上登録処理の動作フローチャート



【図 6】

本発明の実施の形態の動作説明図

(a)顧客の差別化

種別	価格	対象者
通常	¥100	—
プロモーション期間(一般)	¥98	Aさん
DM発送済顧客(閲覧なし)	¥95	Bさん
DM発送済顧客(閲覧あり)	¥90	Cさん

(b)プロモーション効果

	DM閲覧数を カウントしない 比較例	今回発明
DM発送人数	3名	3名
DM発送の内お買上客数	2名	2名
DM閲覧人数	?	2名
DM閲覧率	?	66.7%
DM閲覧ありの内お買上客数	?	1名
DM回収率	66.7%	50.0%

【書類名】 要約書

【要約】

【課題】 顧客がダイレクトメールを開封したかどうかを確実に把握可能とし、それに基づく特別な特典の付与を可能として、十分な販売促進効果の発揮を実現することにある。

【解決手段】 F S Pサーバ装置 1 0 4 は、DMメールサーバ装置 1 0 5 にダイレクトメール（DM）の発行を指示した後、各ダイレクトメールが閲覧されたか否かを判定する。F S Pサーバ装置 1 0 4 は、その判定結果に基づいて、DMが対象とする顧客による P O S システム上での商品の購買行為に対して設定する特典（商品価格や販売促進用ポイント）の付与状態を制御する。

【選択図】 図 1

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [000005223]

1. 変更年月日 1996年 3月26日

[変更理由] 住所変更

住 所 神奈川県川崎市中原区上小田中4丁目1番1号

氏 名 富士通株式会社

**.This Page is Inserted by IFW Indexing and Scanning
Operations and is not part of the Official Record**

BEST AVAILABLE IMAGES

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images include but are not limited to the items checked:

- ☐ **BLACK BORDERS**
- ☐ **IMAGE CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES**
- ☐ **FADED TEXT OR DRAWING**
- ☒ **BLURRED OR ILLEGIBLE TEXT OR DRAWING**
- ☐ **SKEWED/SLANTED IMAGES**
- ☐ **COLOR OR BLACK AND WHITE PHOTOGRAPHS**
- ☐ **GRAY SCALE DOCUMENTS**
- ☐ **LINES OR MARKS ON ORIGINAL DOCUMENT**
- ☐ **REFERENCE(S) OR EXHIBIT(S) SUBMITTED ARE POOR QUALITY**
- ☐ **OTHER:** _____

IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.

As rescanning these documents will not correct the image problems checked, please do not report these problems to the IFW Image Problem Mailbox.